媒介融合背景下电视综艺晚会的创作趋势

——以 2018 沈阳市文化春晚为例

摘　要：在媒介融合背景下，电视综艺晚会的节目创作呈现出一定的创新趋势。主要体现在四个方面：晚会节目编排上的创新、互联网思维的融入、高新技术的运用、市场化的组织策划。电视综艺晚会不但要在节目编排上体现创新意识，更要将互联网思维深深嵌入晚会创作的本体中，让电视综艺晚会从里到外焕然一新，产生质的改变。而且随着电视综艺晚会的创新发展，高新技术与艺术融合进行创作的手段也越来越多元化，这种新观念也会推动电视综艺晚会的创作向更成熟的方向发展。在市场化的竞争机制中，城市广播电视台也要抓住机遇，在晚会的组织策划过程中把握媒介融合背景与市场化浪潮，使自身品牌落地，在增加商业化广告收入的同时，提升自身竞争力，立足本土，做真正让百姓喜欢、感动的好节目。
关键词：媒介融合；电视综艺晚会；创作趋势
中图分类号：G222.3　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2019）09-113-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.09.033

文 / 郝丹宁

第一次工业革命和第二次工业革命带来了生产力的爆炸式发展，互联网的发展也带来了信息化的高速发展。依托于互联网产生的新媒体迅速崛起，这一发展给传统媒体带来了巨大的竞争压力，“媒介融合”这一概念也随之应运而生。中国社会科学院新媒体研究中心副主任兼秘书长黄楚新总结道：“新型主流媒体应是既有传统媒体的导向意识、高度权威、职业追求，又有网络新媒体的及时互动、创新时尚、草根亲近的‘融媒体’。”[1]也就是说，传统媒体应该借助互联网的力量，既保留传统媒体的优势，又吸收网络新媒体的特性。同时，媒体融合后传播体系最大的改变就是要把受众放在中心化地位，即传统媒体也应该以受众为中心，向新型主流媒体方向发展。

在媒介融合这一大趋势下，电视综艺晚会的节目创作也发生了相应的变化。电视综艺晚会是广播电视节目的重要组成部分，在《电视艺术学》中高鑫看来，电视综艺晚会是以“现场直播的技术手段，文艺晚会的艺术样式，通过电子技术手段的制作，对各种文艺节目进行再创作，经过节目主持人的组织与串联，将文艺与娱乐融为一体，给观众以综合审美享受的电视节目形态”。[2]电视综艺晚会只在重大节日、纪念日举办，需要巨大的人力、物资、技术的投入，是具有一定规模的电视台制作水平的体现。随着互联网技术的发展，电视综艺晚会不得不与互联网综艺晚会竞争。所以，在媒介融合背景下，电视综艺晚会的节目创作也呈现出一定的创新趋势。

1. 晚会节目编排上的创新

电视综艺晚会的节目编排是一台晚会成功与否的关键，节目编排就是在建构晚会的整体结构。编导在进行一场晚会的节目编排时，首先，要确定晚会的主题，根据这一主题选择适合的节目，然后再对这些节目的顺序进行编排、调整，搭建晚会的整体结构；其次，编导还要对各个节目进行具体的指导，使观众在时长较长的晚会进程中不会失去观赏兴趣。所以，电视综艺晚会的节目编排是整台晚会的灵魂，在媒介融合背景下，晚会在编排上一定要有所创新。

沈阳广播电视台的大型电视综艺晚会《新时代 新沈阳——2018 沈阳市文化春晚》在编排时，有意识地对晚会结构进行了创新。本次晚会主题为“新时代 新沈阳”，围绕沈阳的城市特点，发挥沈阳的资源优势，整合沈阳市文化系统的力量，展示沈阳的艺术精品与文化发展成果。为表现文化工作者的艺术成果和文化工作者的情怀、风貌，晚会用“经典重现”与“优秀创编”两篇划分，结构简明清晰。上篇对经典作品进行了改编与融合，保留作品的经典特色，同时注入沈阳地域特色；下篇展现沈阳市近年来创作的优秀文艺节目，传递沈阳的文化自信，弘扬新时代的沈阳精神。同时，晚会整体以叙事结构来构思，挖掘沈阳市艺术人才与沈阳的故事，将叙事性、场景化融入晚会整体构思中，以叙事线索串联整台晚会，呈现出一定的文学性。晚会展现了沈阳的人文情怀，并以文化系统为载体，呈现了沈阳市高水准的艺术作品，凸显了沈阳的城市变化和新时代沈阳的城市风貌。观众在品味具有沈阳特色的春节文化大餐的同时，在故事性中寻找共鸣，感受到了自己与沈阳密不可分的亲密关系，体现城市自豪感。

当有了晚会的整体框架时，创意节目会成为晚会最亮眼的点睛之作。晚会的编排不仅仅是节目的简单罗列，晚会的编排还需要体现新意、不断创新。本次晚会中，穿越诗剧《最好的时代》用跨时空的情景诗朗诵形式，让人们在艺术中感受伟大的时代，畅想美好的未来。旗袍赋《满城烟花》将旗袍与国标舞进行创意嫁接，带给大家不一样的视觉冲击，既体现了盛京的历史，又展现了沈阳的今天。

2. 互联网思维的融入

约翰·费斯克（John Fiske）认为，“在日常的时事系列与文娱系列节目中，电视将抽象的、普遍的观念浓缩为具体形式，然后按典型环境中典型人物的戏剧化形式‘透视’（think through）这些观念意味”。[3] 即电视综艺晚会要向观众传达某种“观念意味”。而逐渐兴起的互联网综艺晚会则“在一定程度上重新唤起了大众的参与、连接了仪式的生命力之源，同时，为人们提供了一种相对自由的狂欢”。[4] 网络综艺晚会充满了“草根”意味，更贴近大众，因此赢得了更多的受众。所以，面对互联网综艺晚会的冲击，传统的电视综艺晚会就要在节目创作时进行创新，融入互联网思维。

“互联网本身的特质包括：在资源上以丰裕替代稀缺；在传播行为上以互动替代单向；在传播渠道上以平台替代管道。”[5] 互联网思维正是将互联网特征融入到电视综艺晚会创作当中，强调互联网在资源配置过程中的优势作用，即对各种资源的匹配、集成与优化作用。将互联网与电视行业进行有机结合，从而实现电视行业的互联网化，实现互联网与电视行业的深度融合。互联网思维的运用，加上媒介融合的行业趋势，电视综艺晚会迎来了一场巨大的变革，这种变革不仅仅是电视综艺晚会的结构创新，更是一种思维上的彻底转变。文化产品必须进行产业升级，这也蕴藏着巨大的行业机遇。互联网思维的植入，使电视综艺晚会更多地从受众思维出发，能够提供给观众更多优秀的节目，深度挖掘节目创意，注重细节、营造气氛，培养受众黏性。而且电视综艺晚会越来越重视市场化，通过互联网提高产品的分发效率，真正实现文化产品的升级换代。

在《新时代 新沈阳——2018 沈阳市文化春晚》的晚会策划过程中，编导对整个沈阳市的文化资源进行整合，在创作过程中以受众为中心，为不同年龄段的观众设计编排了不同的文艺节目。晚会的节目中既有怀旧歌曲《在那桃花盛开的地方》《红旗飘飘》，又有英文歌曲《Let it go》，还有流行民谣《南山南》。晚会最后唱响了《我和我的祖国》，全场观众进行了大合唱，晚会到达了高潮。不同年龄段的受众均产生了相应的共鸣。而且编导还运用互联网思维，整合多个渠道、多个平台，加强推广营销，让更多的潜在受众接触到晚会信息，为正式播出进行预热，使传统媒体在面对市场竞争时依然保持优势地位。

3. 高新技术的运用

电视综艺晚会要做到与时俱进，就要充分利用高新技术，让舞台美术在晚会的设计中为观众带来超出预期的视觉盛宴。高新技术的运用，使电视综艺晚会在创作过程中产生了形式上的变化，在舞台美术设计理念上也产生了新的变化。在《新时代 新沈阳——2018 沈阳市文化春晚》中，以实景拍摄和后期 3D 建模技术相结合的方式，在舞台上和大屏幕中展现了沈阳的故宫、金廊街道、浑河两岸等实拍画面，并将虚拟的“主题名称”、动画特效等内容镶嵌其中，呈现出了大气磅礴又充满科技感、设计感的画面。在晚会的大屏幕中，沈阳灯火通明、车水马龙，处处充满旺盛的生命活力。同时，大屏幕提供给观众高空俯瞰的视角，将沈阳的气势烘托的分外豪迈。这种设计展现出了沈阳特有的时尚感和高科技感，呼应了晚会的主题，将具有沈阳特色的氛围蔓延到了现场。

高新技术的使用还体现在舞台的灯光设计中。在《新时代 新沈阳——2018 沈阳市文化春晚》中，在舞台的灯光设计中融入了全息电子技术，让灯光随着音乐的律动呈现出充满奇异感的舞台效果。在大型歌舞表演《冰雪奇缘》中，利用全息电子灯光技术，将冰雪世界通过高科技搬上了舞台，带领观众进入了奇异的冰雪时空，极大地拓展了舞台的空间表现力。在全息灯光的打造下，舞台完美呈现出了一个逼真的冰雪世界，创造性地打破了传统舞台的时空限制。“冰雪”文化是沈阳的地域特色，这一元素的设计，旨在展示冰雪文化的概念，推动沈阳冰雪运动的发展。

计算机增强现实（AR）技术设计也在晚会中介入了舞台表达。视频互动节目《壮丽启航》就利用 AR 技术在大屏幕上展示了由世界一流的全景画家李武、晏阳和周福先三位教授历时五年时间创作的长达 30 米的《盛京全景图》，真实、完整、生动地描绘了 20 世纪二三十年代沈阳城的城区布局、特色建筑，展示了市井生活的精华部分。观众可以看到熟悉的一宫两陵、大帅府、浑河等著名景观，也能够感受到诸多现在看起来依然鲜活的老旧事物，如已经消失的珍贵的古城墙仍然在画面中心傲然挺立，让观众仿佛穿越时空，回到了从前。晚会利用 AR 技术将画面放大，带领观众领略画卷细节，重温老沈阳城的风貌，同时融入现代航拍技术，将新沈阳的城市画面融入其中，使观众感受到了新老沈阳城的历史变迁。

4. 市场化的组织策划

电视综艺晚会的组织策划模式对晚会的整体效果有着重要的影响，随着市场竞争的日益加剧、投资政策的逐渐开放，电视综艺晚会的组织策划也向市场化方向靠近。在电视综艺晚会的组织策划过程中，通过市场化的竞争机制来选择合作伙伴以及广告招商，已经成为了不可避免的趋势。这种市场化的手段不仅仅会给电视台带来经济效益，更会促使编导提升节目质量，为更好地在

市场竞争中脱颖而出做准备。沈阳电视台作为地方电视台，电视综艺晚会的资金来源有着更为明显的市场化痕迹。在市场化竞争中，沈阳台的晚会也不再一味只追求节目数量、超大规模，而是通过提升节目来吸引受众参与，从而寻找更为合适的商业合作伙伴。电视综艺晚会的筹备过程也越来越透明化、公开化，毕竟市场化的竞争机制是面向整个社会的，这就需要吸引各方资源，使各方力量参与其中，而且要对资源进行二次整合与优化配置，使资源利用率达到最大化，从而使晚会价值得以体现。

沈阳广播电视台的受众主要集中在沈阳当地的民众中，所以，在举办电视综艺晚会的过程中一定要发挥这一优势，立足本土，借助地方力量，使电视综艺晚会更加贴近当地人民群众的生活，做当地百姓喜闻乐见的节目。随着时代的发展，融媒时代的传统媒体也不再仅仅负责宣传贯彻好党的路线、方针、政策，充分发挥党和政府的喉舌作用，正确把握舆论导向。媒介融合背景下，市场经济发展迅猛，传统媒体不能只是单向输出，更要把握受众需求，做出更高质量、更多样化的优质节目。沈阳广播电视台作为城市电视台，覆盖区域小，更容易争取到本土受众市场，且提供的信息都是受众身边真实发生的事情，这种文化贴近性让这些本土受众群体更为稳定。同时，这也使得本土受众更乐于传播与自己有关的信息，主动性、参与性都大大增强，这样，信息的传播更为迅速，互动交流也更为频繁。沈阳广播电视台正是充分利用这一优势，在市场化竞争过程中，充分立足本土，提升自身品牌特性，用产业化经营思维打造永动产业链，从而达到广告创收的目的。

在《新时代 新沈阳——2018 沈阳市文化春晚》筹备过程中，为扩大本土影响力，打造沈阳广电品牌，导演组在本地繁华的中街、太原街等商业区域进行了街头的随机采访，让目标受众说出自己想看到的节目、对沈阳的情感。同时，在一些大型广场举办了快闪活动，并剪辑成小视频，在微博、微信、抖音等客户端进行分发，吸引受众转发，扩大品牌知名度。通过本地知名微博大V 进行微博造势，与目标受众频繁互动，进一步扩大晚会影响力。这些方式使此次的电视综艺晚会与人民群众的切身生活有了更为紧密的连接，深度挖掘城市内涵，使晚会的自身特色有了更为明确的定位，具有了不可替代的优势。于是在市场化竞争中，沈阳广播电视台脱颖而出，赢得了多个商家的相继赞助，并且为以后的合作打下了坚实的基础。本次晚会依托沈阳城市主题，充分展现沈阳的地域特点与沈阳人的精神魅力，紧紧围绕晚会的立意，激起观众心中的共鸣。节目后，通过与知名厂商合作，制作纪念品，进一步打造城市电视台品牌，促成品牌落地，同时拟制作雕塑墙，增加沈阳地标性建筑。总之，城市电视台就是要扎根具体城市，在电视综艺晚会的组织策划过程中把握好市场的主体性地位，争取在市场化的竞争中脱颖而出，选择更为适合自己的合作伙伴，在增加广告创收的同时提升自身知名度，进一步巩固地方受众。

结语

对于传统媒体来说，新形势下的媒介融合环境既是机遇也是挑战，必须要把握住时代机遇，跟上改革的步伐，面对挑战勇往直前。在媒介融合背景下，电视综艺晚会的节目创作也必须要展现出创新的趋势，不但要在节目编排上体现创新意识，更要将互联网思维深深嵌入晚会创作的本体中，才能与互联网晚会相抗衡。而且随着电视综艺晚会的创新发展，高新技术与艺术融合进行创作的手段也越来越多元化，这种新观念也会推动电视综艺晚会的创作向更成熟的方向发展。在市场化的竞争机制中，城市广播电视台也要抓住机遇，在晚会的组织策划过程中把握媒介融合背景与市场化浪潮，使自身品牌落地，在增加商业化广告收入的同时，提升自身竞争力，立足本土，做真正让百姓喜欢、感动的好节目。媒

参考文献

[1] 黄楚新，王丹 . 媒体融合时代下的传统媒体转型 [J]. 中国传媒科技，2014（21）：10-11.
[2] 高新 . 电视艺术学 [M]. 北京：北京师范大学出版社，1998：395.
[3][美] 约翰・费克斯，李彬，译 . 关键概念：传播与文化研究辞典 [M]. 北京：新华出版社，2003：245.
[4] 韩见 .“网络春晚元年”与大众狂欢的重新兴起 [J]. 艺术评论，2010（4）：22-23.
[5] 黄升民，刘珊 .“互联网思维”之思维 [J]. 现代传播，2015（2）：2-3.

（**作者单位：**沈阳广播电视台）